

ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ И УСЛУГИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Общественное питание является одной из самых рискованных сфер предпринимательской деятельности. Одним из факторов, влияющих на данное обстоятельство, является потребительский спрос. Так, ассортимент зависит от характера спроса и контингента обслуживаемых посетителей; спрос на продукцию и услуги общественного питания неравномерен и подвержен значительным колебаниям в зависимости от сезона, дня, времени суток. Спрос в общественном питании индивидуализирован, носит дифференциальный характер и во многом определяется особенностями психики и физиологии человека. Именно поэтому изучение спроса и предпочтений со стороны потребителей является важным условием для повышения эффективности функционирования объекта питания и основой для выявления путей и резервов ее роста.

Изучение спроса на продукцию и услуги общественного питания осуществляется с целью выявления потребностей потребителей для более полного их удовлетворения по различным направлениям. Для его проведения необходимо сформировать систему показателей, с одной стороны, позволяющую оценить различные стороны деятельности объекта, а с другой — учитывающую тип объекта питания, его специализацию и то, что он оказывает услуги по организации потребления. Основные стороны услуги можно анализировать по таким показателям, как ассортимент, качество и уровень цен продукции, уровень обслуживания, состояние торгового зала, месторасположение организации, режим работы, количество и качество дополнительных услуг. В ходе изучения спроса важным является изучение самого потребителя, его целей, мотивов, интенсивности и выгод от посещения объекта, причин, обусловивших выбор объекта питания, предпочтений в ассортименте, степени удовлетворенности предоставляемыми услугами. Данная информация позволит принять соответствующие управленческие решения по формированию лояльности потребителя.

Вместе с тем важным моментом исследования спроса является выявление готовности потребителей к принятию новинок. Формирование спроса в общественном питании может основываться на общемировых тенденциях, которые, по мнению специалистов индустрии питания, заключаются в синтезе здоровой еды, устойчивого развития и изобретении новых вкусов. Действительно, в настоящее время возрастает спрос потребителей на свежую и здоровую пищу; сезонность потребления овощей и фруктов; растет популярность всевозможных

гастрономических развлечений в ресторанах, в том числе дегустации, кулинарные мастер-классы; растет спрос на объекты питания, специализирующиеся на определенных системах питания либо с использованием определенных продуктов.

Проведение подобных исследований позволит прогнозировать качественное изменение структуры потребностей, что обеспечит отечественные объекты общественного питания соответствующим конкурентным преимуществом и потребует от них концентрации ресурсов на инновационном обновлении.

Литература

World Cuisine Summit [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sirha.com/en>. — Дата доступа: 27.02.2016.

Ойнер, О. К. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения / О. К. Ойнер. — М. : ИНФРА-М, 2014.